

Youtuber sebagai Perubahan Minat Profesi Kaum Milenial di Era Postmodern

Adinda Fara Adhary¹, Fahmi Mahmuddin Siregar², Muhammad Rosikhun Abid³,
Dini Safitri⁴

Email: AdindaFaraAdhary_1410619080@mhs.unj.ac.id,
FahmiMahmuddinSiregar_1410619045@mhs.unj.ac.id,
MuhammadRosikhunAbid@mhs.unj.ac.id, dinisafitri@unj.ac.id

^{1,2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

Gd. K. Kampus UNJ, Jl. Rawamangun Muka Jakarta Timur

Telp. (021)4890108, 4753655, Fax (021)4753655

Submitted: 1 Juni 2021 | Accepted: 20 Juni 2021 | Published: 30 Juni 2021

Website: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/jike/index>

Abstract

This research discusses how the profession of becoming a Youtuber is a benchmark in professional transition that often occurs in the postmodern era of the present which is especially felt by millennials. The purpose of this research is to find out what things are produced related to being a Youtuber as a professional transition in this post modern era as well as the background of the resulting work commodification and the various views related to the professional transition that occurred. The theory used in this study uses the postmodern Jean-Francois theory. The research approach in this study uses a qualitative approach. The method used in this research is a case study method. The research subjects in this study were millennials who are Youtuber by profession. Data collection techniques in this study used in-depth interviews conducted online with informants. The results of this study indicate that postmodernism influences informants to be involved in the youtube world. There are two statements that have been described by the informants in this study, namely, some of them consider that the profession of being a Youtuber in this post modern era for them is just a side profession on the basis of filling free time and as a hobbyist. Besides that, some of them also think that being a Youtuber is a very promising profession to see the income they receive if they get a large number of followers.

Keywords: Youtuber, postmodern, millennials

Abstrak

Penelitian ini membahas bagaimana profesi menjadi seorang Youtuber sebagai patokan dalam peralihan profesi yang kerap terjadi di postmodern era masa kini yang khususnya dirasakan oleh kaum milenial. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hal apa saja yang dihasilkan terkait menjadi seorang Youtuber sebagai peralihan profesi di postmodern era ini serta latarbelakang dari komodifikasi kerja yang dihasilkan dan berbagai macam pandangan terkait peralihan profesi yang terjadi. Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori postmodern Jean-Francois. Pendekatan penelitian pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah kaum milenial yang berprofesi menjadi seorang Youtuber. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara mendalam yang dilakukan secara daring dengan informan. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa postmodernisme berpengaruh kepada informan untuk berkecimpung di dunia youtube. Terdapat dua pernyataan yang telah dijabarkan oleh para informan dalam penelitian ini yaitu beberapa dari mereka menganggap jika profesi menjadi seorang Youtuber di era post modern ini bagi mereka hanya sekedar

sebagai profesi sampingan atas dasar mengisi waktu luang dan sebagai pemuas hobi saja. Disamping itu beberapa dari mereka juga menganggap jika profesi menjadi seorang Youtuber merupakan profesi yang sangat menjanjikan melihat penghasilan yang diterima apabila mereka mendapatkan jumlah pengikut yang cukup banyak.

Kata Kunci: *Youtuber, Postmodern, Milenial*

A. PENDAHULUAN

Youtube sebagai saluran terbuka dan gratis (tanpa perlu membayar), membuat saluran yang menarik perhatian untuk semua orang. Apalagi konten video di Youtube bias diakses dari seluruh penjuru dunia selama ada perangkat (komputer, laptop, iPad, Notepad, atau ponsel) yang terhubung ke teknologi Internet. Semua konten video yang telah diunggah di Youtube dan terbitan disana, juga bias diunduh dan diakses berkali-kali tanpa mengurangi kualitas gambar dan suara dari konten video. Jadi, Youtube punya saluran keunggulan dibandingkan dengan saluran media social lainnya. Melalui Youtube juga antara konten creator (Youtuber) dan pengguna konten (pemirsa) dapat berinteraksi satu sama lain melalui kolom komentar di bawah konten video di Youtube. Yang lebih menarik bagi para Youtuber adalah bahwa Youtube dapat digunakan sebagai media periklanan, hiburan, sumber informasi dan pendidikan, dan sumber uang untuk memonetisasi pemilik konten Youtube. (Supadiyanto et al., 2020). Youtube telah menjadi situs media sosial yang penting bagi para Youtuber untuk membagikan video buatan mereka sendiri seperti 'vlog', pertunjukan amatir, parodi, dan video lucu yang diunggah kepada publik. Dilaporkan bahwa pengguna aktif per-bulannya telah melampaui 1 miliar di Youtube. Youtuber dapat mengunggah video berdurasi lebih dari 400 jam ke situs web setiap menit dan menghasilkan miliaran penayangan video setiap hari.

Dalam penggunaannya, Youtube dapat menghasilkan dua peluang yang mengagumkan bagi para Youtuber: *Pertama*, Youtube memungkinkan membuat para Youtuber menjadi seorang selebriti dimana jika konten video yang mereka unggah *trending* di Youtube, maka secara otomatis mereka akan viral dan tenar di Internet. *Kedua*, dengan dampak yang semakin besar, banyak Youtuber terutama yang memiliki semangat wirausaha yang hebat, mulai mengembangkan pendekatan baru mencoba menghasilkan uang dari konten video mereka. Meskipun menghasilkan uang dari video Youtubeterengar seperti bisnis yang luarbiasa (Han, 2020).

Sebuah penelitian oleh Google dalam pertanyaan "*why are YouTube stars more effective than traditional celebrities?*" menjelaskan pentingnya Youtuber yang telah menjadi salah satu yang terpenting profesi di dunia saat ini, Karena influencer digital memainkan peran penting dalam menentukan selera dan preferensi audiens mereka (Tüzemen, 2020). Maraknya

profesi menjadi seorang Youtuber bias dikatakan merupakan salah satu dampak yang terjadi di era postmodern.

Berdasarkan latarbelakang yang telah ditulis di atas maka kami dapat menarik rumusan masalah untuk diteliti adalah bagaimana Youtuber sebagai Perubahan Minat Profesi Kaum Milenial di Era Postmodern? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Youtuber sebagai Perubahan Minat Profesi Kaum Milenial di Era Postmodern. Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah Secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat sebagai wawasan tentang Youtuber sebagai perubahan minat profesi kaum milenial di era postmodern. Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Postmodern adalah suatu cara pandang yang dieksposisi oleh para postmodernis, yaitu pencipta dan penganut teori postmodern dalam memberikan penjelasan terkait suatu kritik terhadap ketidakberhasilan para modernis dalam menentaskan serta menjawab berbagai macam permasalahan sosial. Istilah ini pertama kali diciptakan oleh seorang ahli filsafat bernama Jean-Francois Lyotard. Kritik keras yang dijabarkan oleh para postmodernis kepada modernis berhubungan dengan adanya keuniversalan sebuah jawaban terhadap permasalahan sosial. Hal ini dapat dikatakan yang telah menjadi titik fokus dan juga indicator penting untuk “menelanjangi” bagaimana cara pandang yang berkaitan dengan teori modern dan penganutnya melihat perkembangan khususnya di era Postmodern seperti sekarang ini. Minat profesi menjadi seorang Youtuber sering ditemui khususnya dikalangan kaum milenial. (Ulya, 2019).

Menjadi Youtuber Sekarang merupakan sesuatu yang sudah bias dianggap profesi saat ini. Profesi adalah suatu pekerjaan berlandaskan kemampuan yang dimiliki, yang diakui oleh orang lain atau pun pihak yang membutuhkannya. Lebih lanjut ciri-ciri profesi adalah sebagai berikut: Pekerjaan tersebut diakui oleh masyarakat, berkaitan dengan keterampilan ataupun keahlian tertentu, dilandasi keilmuan yang memadai, adanya pedoman perilaku berupa kode etik (Perdani et al., 2019). Berdasarkan pernyataan ini, maka Youtuber merupakan dapat digolongkan ke dalam profesi karena saat ini sudah diakui oleh masyarakat dan memiliki keterampilan khusus pula untuk para penggiatnya.

Untuk lebih dalam maka kita perlu mengkaji Istilah generasi milenial atau yang juga dikenal sebagai sebagai generasi Y. Menurut pakar dalam (Mutia, 2017) generasi milenial dapat digolongkan berdasarkan tahun awal dan akhir. media baru. Salah satunya adalah

Youtube yang kini menjadi primadona pilihan utama para milenial untuk menonton video atau konten lainnya. Menurut (Young, 2013) kaum milenial ini dapat dikategorikan untuk mereka yang lahir setelah generasi X yang artinya dikisaran tahun 1981 hingga tahun 2000. Sehingga bias disimpulkan bahwa penggolongan generasi milenial atau generasi Y dapat diberikan kepada mereka yang lahir pada rentang waktu tahun 1981 sampai dengan sekarang.

Berdasarkan pengertian tersebut maka saat ini mereka berusia dalam rentang antara 20 hingga 39 tahun. Istilah milenial ini erat dengan pembahasan teknologi informasi. Karena pada masa inilah terjadi perkembangan yang pesat dalam bidang tersebut seperti munculnya berbagai macam platform media social jenis baru atau yang biasa kita kenal dengan istilah media baru. Selanjutnya dalam hasil penelitian yang diungkap oleh Pew Research Center (2016) ditemukan hasil bahwa kaum milenial ini merupakan generasi yang tidak bias lepas dari perkembangan teknologi informasi seperti internet dan yang lainnya

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (dalam Mahardika & Farida, 2019), penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditujukan untuk memahami berbagai fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian mulai dari perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Menurut Sekaran penelitian kualitatif cenderung bersifat induktif (Sekaran & Bougie, 2016). Peneliti memberikan kebebasan permasalahan muncul dari data yang diteliti ataupun terbuka untuk interpretasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Dalam (Creswell & Creswell, 2018) diungkapkan bahwa studi kasus melibatkan studi tentang masalah atau peristiwa yang dieksplorasi melalui satu atau lebih kasus dengan secara rinci dalam periode waktu tertentu.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara. Wawancara adalah pengambilan data yang dilakukan dengan berinteraksi dengan informan yang bertujuan untuk menggali informasi yang diharapkan dengan efisiensi yang maksimal (Hakim, 2013). Wawancara dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui informasi tentang Youtuber sebagai minat profesi yang dialami oleh informan.

Dalam kualitatif terdapat analisis data yang dilakukan dengan mensinkronisasi data, mengkategorikan data, memilah menjadi satuan yang dapat ditindaklanjuti, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, mencari hal penting dari data yang kemudian dapat dicantumkan dalam penelitian (Ulya, 2019). Dalam penelitian ini, analisis

data dimulai dengan mempelajari perkembangan platform Youtube yang kian menjadi favorit di kalangan milenial. Setelah itu peneliti melakukan wawancara kepada informan mengenai Youtuber sebagai perubahan minat profesi mereka. Hasil dari wawancara kemudian dibuat transkripnya. Setelah dibuat transkripnya, data dinarasikan kembali sesuai yang dibutuhkan oleh peneliti. Menjelaskan kronologis penelitian termasuk desain penelitian, prosedur penelitian (dalam bentuk algoritma, Pseudocode atau lainnya), bagaimana untuk menguji dan akuisisi data. Deskripsi dari program penelitian harus didukung referensi, sehingga penjelasan tersebut dapat diterima secara ilmiah.

Terdapat tiga informan yang kami wawancarai dalam penelitian ini yaitu tiga creator Youtube (Youtuber) bernama Agest Kholifasari Pinkan, Saladina Nolani dan Kiki Dwi Arviani. Salah satu diantaranya merupakan Youtuber yang telah berhasil mendapatkan sebuah *adsense* pada akun channelnya, sedangkan yang lainnya merupakan Youtuber pemula. Alasan kami memilih mereka sebagai informan dikarenakan sebagian mereka sudah berkecimpung membuat konten di Youtube.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Youtuber sebagai Peralihan Profesi di Era Postmodern

Postmodern era berhasil mempengaruhi berbagai macam aspek-aspek kehidupan serta menjadikan banyak sekali peralihan profesi yang terjadi dalam rangka mengikuti alur perkembangan zaman. Dalam kasus ini peralihan profesi yang kerap dirasakan yaitu berkaitan dengan platform Youtube yang telah menjadi penunjang profesi pada Postmodern era ini. Dan hal ini dirasakan oleh ketiga informan kami yang terseret arus peralihan profesi ini dengan dalih serta latarbelakang masing-masing perihal berkecimpungnya mereka di dunia Youtube sebagai seorang konten creator atau biasa disebut Youtuber.

“Jadi awalnya karna gabut terus karna ga kuliah juga jadi iseng-iseng buat Youtube dan alhamdulillah bisa menghasilkan progress yang baik, disini Ages sudah bisa menghasilkan uang sendiri dari Youtube. Dan bias dibilang ini juga berkat pengaruh dari postmodern era karena di era ini banyak sekali platform yang menyediakan tempat untuk anak muda untuk berkarya dari Instagram, Tiktok, Facebook dan Youtube menjadi salah satunya tempat untuk kita sharing atau berbagi pengalaman segala macam, mungkin bias dibilang 50:50 berkecimpung di dunia Youtube karna gabut dan juga karna perkembangan jaman ini” (Agest Kholifasari).

Pernyataan tersebut jika dikaitkan dengan focus utama dari penelitian ini, informan telah terpengaruh oleh dampak dari postmodern era dengan pembuktian bahwa menjadikan Youtuber sebagai peralihan profesinya. Salah satu faktor yang mendukung situasi tersebut dikarenakan

banyaknya platform media sosial yang menyediakan tempat untuk berkarya, khususnya Youtube.

“Secara khusus gue terpengaruh postmodernisme karena berkembangnya atau adanya peningkatan teknologi digital. Contohnya kalau dibandingin sama televisi yang menurut gue sekarang mulai tergantikan karena adanya media digital yang semakin diminati atau sering digunain kaya YouTube, di YouTube kita bias ngeliat sumber informasi yang lebih beragam atau lebih banyak dibanding televisi. Kalau ketinggalan tayangan di televisi, gak perlu khawatir karena bisa ngeliat di YouTube, terus di televisi sumber informasinya satu arah, kita cuma bisa nerima informasi, kalau di YouTube kita nggak cuma nerima informasi aja, tapi kita bisa berbagi informasi juga, bias langsung dikomentari juga atau interaksinya lebih banyak dibanding sama tv” (Kiki Dwi Arviani).

Berdasarkan jawaban informan, postmodernisme memengaruhi untuk berkecimpung di dunia youtube. Lebih lanjut, menurut informan juga kemajuan teknologi digital yang akhirnya memudahkan informan untuk masuk menjadi *content creator* di youtube. Informan juga menerangkan ketertarikannya pada youtube karena pada platform tersebut informasi yang diperoleh bersifat fleksibel, kita dengan mudah dapat berbagi informasi dan memberikan komentar langsung terhadap video yang ada. Selain menerima informasi, kita juga dengan mudah berbagi informasi, berbeda dengan di televisi yang informasinya satu arah.

“Tentunya dengan perkembangan teknologi internet yang semakin maju, saya sadari bahwa youtube memiliki minat dan target pasar yang besar, sehingga membuka peluang untuk kita dapat membentuk citra atau branding diri di YouTube. Melalui YouTube kita bias membentuk sebagai sarana promosi diri dan menentukan bagaimana kita mau dikenal oleh orang lain, misalnya kita dikenal sebagai seorang penyanyi, beauty vlogger, atau hanya membuat vlog – vlog biasa dalam kehidupan sehari – hari.” (Pinkan Saladina Nolani).

Jawaban yang diberikan informan dapat kita lihat bahwa dengan di jaman post modern seperti saat ini semakin mendorong para milenial untuk berkarya di YouTube. Pemilihan YouTube sebagai media yang dipilih juga dapat dilihat dari besarnya angka pengguna dan jangkauan pasar yang sangat luas mulai dari anak-anak sampai orang dewasa.

Youtuber sebagai Peralihan Profesi atas Dasar Komodifikasi Kerja

Hal ini dapat pula diartikan sebagai bentuk komodifikasi kerja. Mengutip pembicaraan Moscow dalam bukunya yang berjudul “The Political Economy of Communication” mengatakan jika proses perubahan komodifikasi para pekerja dalam sebuah media dapat terjadi dikarenakan adanya *Separate* yang diartikan memisahkan rancangan dengan kinerja penyelesaiannya. Dalam hal ini sebuah rancangan yang mutlak dapat menjadi terabaikan, pada

saat dimana sisi lain yang diduga lebih memikat dan menghasilkan keuntungan tanpa perlu terikat dengan norma-norma yang formal (Sudarsono, 2018).

“Untuk sebuah profesi tergantung pola pandangngnya, tapi kalo menurut Ages pribadi Youtuber itu bukan sebagai profesi utama karna ini Cuma sebagai selingan dikalagabut aja yang alhamdulillahnya bias menghasilkan uang. Konten yang Ages hasilkan itu macam-macam tapi lebih dominan tentang make up karena Agest sendiri MUA maka dari itu disini kalo misalkan lagi make-up orang atau siapa suka di take terus di upload biar bias berbagi tutorial make-up. Karena youtube pengikutnya lebih dominan sudah nyampe 1000 subscribers lebih walaupun terbilang kecil dan tapi di Youtube lebih banyak yang nonton.” (Agest Kholifasari).

Berdasarkan pernyataan tersebut, informan menyatakan jika menjadi seorang Youtuber bukan merupakan profesi utamanya, akan tetapi sebagai profesi selingan alih-alih untuk mendapatkan penghasilan. Hal ini jika dikaitkan dengan komodifikasi kerja yang terjadi, informan memanfaatkan kesempatan atas profesinya ini untuk memperoleh keuntungan berupa uang yang didapatkan dari banyaknya penonton serta jumlah *subscribers* di channel Youtubanya.

“Kalau gue sebenarnya lebih prefer youtuber itu bukan sebagai profesi utama tapi lebih sampingan aja, sebenarnya bisa untuk dijadikan profesi utama tapi butuh waktu sama traffic supaya penghasilannya ini bisa stabil, channel YouTube juga bisa di suspend kalo melanggar aturan, adsense-nya juga sewaktu2 bisa bangkrut, harus terus punya ide, kalo mau dijadikan profesi utama harus bener-bener nyaman emang suka dan maksimal menjalaninya” (Kiki Dwi Arviani).

Berdasarkan pernyataan informan, informan menganggap youtuber bukan sebagai profesi utama tetapi sampingan. Informan menjelaskan bahwa ia menjadikan youtuber sebagai profesi sampingan karena hanya mengisi waktu luang namun dapat menghasilkan uang. Lebih dari itu, informan menganggap bahwa youtuber dapat dijadikan profesi utama namun perlu usaha yang maksimal dan juga konsistensi dalam prosesnya.

“Menurut saya tidak masalah Youtuber menjadi sebuah profesi utama seseorang mengingat besarnya potensi penonton di YouTube itu sendiri. Namun perlu diingat untuk bias mencapai posisi dimana bias menjadikan YouTube sebagai profesi utama bergantung dari besarnya angka subscriber seseorang. Dengan angka subscriber yang besar maka akan membuat banyak orang tertarik menonton video yang kita unggah, apabila banyak yang menonton maupun mencari video kita, maka akan menaikkan trafik sehingga nantinya video kita bisa masuk ke kolom trending YouTube yang membuat kemungkinan ditonton oleh masyarakat lebih luas semakin besar. Selain itu dibutuhkan kreatifitas dan konsistensi dalam membuat konten untuk bisa mencapai titik tersebut.”(Pinkan Saladina Nolani).

Berdasarkan jawaban dari informan yang mana informan menganggap bahwa

menjadikan YouTube sebagai profesi utama seseorang tidaklah masalah. Namun hal yang harus diingat bahwa untuk mencapai titik tersebut dibutuhkan dedikasi untuk rajin dalam mengunggah konten dan juga mampu membuat konten yang digemari oleh masyarakat. Apabila mampu masuk ke dalam algoritma dan disukai oleh para penonton maka akan membuat peluang semakin banyak *view* dan *subscriber* untuk channel kita.

Pandangan terhadap Youtuber sebagai Peralihan Profesi

Dengan seiring meningkatnya pengguna internet di Indonesia, sejalan dengan hal tersebut, YouTube menjadi salah satu media yang sangat diminati oleh para kaum muda. Tidak hanya menjadi penonton, namun banyak pula kaum milenial yang memutuskan untuk turut ikut terjun menjadi *creator* di YouTube atau yang lazim disebut sebagai Youtubers. Tentunya semakin banyaknya kemunculan Youtuber muda perlu diketahui apa yang menjadi pandangan mengenai bagaimana Youtuber menjadi sebuah profesi yang menjanjikan atau tidak. Lebih lanjut ketiga informan dalam penelitian ini mengungkapkan pandangan mereka terkait topik ini.

“Menurut Agest, menjadi Youtuber merupakan profesi yang menjanjikan karena penghasilannya ga main-main apalagi kalo punya banyak fans setia yang nonton konten kita. Agest aja yang sedikit subscribe masih sedikit tapi penghasilannya sudah cukup lumayan, bagaimana mereka yang punya subscribers yang besar. Lalu untuk pandangan keluarga sendiri baik teman alhamdulillah lebih dominan mensupport menyemangati, Walaupun ada juga yang men-judge. Mungkin semua tergantung pemikiran pribadi. Sebenarnya penghasilan Youtube tuh gak menentu dan sangat dipengaruhi jumlah view dan iklan yang masuk. Ditambah lagi youtube di Indonesia untuk nilai iklannya kecil kalau dibanding negara lain seperti Amerika, Kanada, atau Jerman. Kalau Agest pribadi sebulan bias kumpul 4 juta sih, cuman semua gak pasti tergantung iklan, viewers dan ketenaran creator itu sendiri. Makanya kita content creator bener – bener harus bias ngerencanakan konten semenarik mungkin, yang kiranya semua kalangan bias nonton dan happy dan jadi pelanggan kita.”(Agest Kholifasari).

Berdasarkan pernyataan informan terkait pandangan maraknya peralihan profesi khususnya menjadi seorang Youtuber di postmodern era ini, dengan menjadi seorang Youtuber merupakan profesi yang cukup menjanjikan, ditambah jika jumlah *subscriber* atau pengikut yang ia dapatkan cukup banyak. Hal ini pun sudah banyak dibuktikan oleh banyaknya Youtuber yang berpenghasilan miliaran dengan menjadikan Youtuber sebagai profesi utamanya, contohnya Atta Halilintar.

“Menurut gue cukup menjanjikan, karena penghasilannya lumayan besar dan penghasilannya gak Cuma dari hasil monetisasi aja” (Kiki DwiArviani).

Pernyataan informan diatas menjelaskan profesi youtuber cukup menjanjikan, karena penghasilan yang diperoleh tidak hanya dari monetisasi youtube saja melainkan bias dari hal-hal lain.

“Menurut saya menjadi Youtuber dapat menjadi salah satu profesi yang menjanjikan. Namun untuk mencapai kondisi tersebut kita memerlukan subscriber yang besar, karena kita tidak bisa selalu menjamin konten yang kita buat akan selalu menarik viewer untuk menonton video kita. Namun dengan subscriber yang banyak setidaknya kita ada jaminan bahwa video kita akan dilihat lebih banyak orang. Apalagi apabila kita berhasil membuat branding kita menjadi seorang yang dikenal sebagai youtuber tentunya akan sangat menjanjikan.” (Pinkan Saladina Nolani).

Berdasarkan hasil wawancara informan diatas dapat kita lihat bahwa menjadi YouTuber dapat menjadi salah satu alih profesi yang menjanjikan untuk digeluti di masa sekarang. Dengan besarnya pasar dan penonton di YouTube semakin mempermudah para milenial untuk memulai untuk berkarya di platform ini, tetapi untuk mencapai di kondisi dimana YouTube dapat menjadi profesi utama seseorang diperlukan kesabaran dan keuletan dalam memproduksi konten yang dapat menarik penonton.

E.KESIMPULAN

Berdasarkan teori dan juga hasil wawancara secara mendalam dengan ketiga informan, disimpulkan bahwa dengan era post-modern seperti saat ini kita bias melihat bahwa perkembangan internet dan teknologi komunikasi telah memunculkan banyak perubahan dalam aspek – aspek kehidupan. Termasuk bagaimana minat dan pandangan kaum milenial dalam memaknai Youtuber sebagai sebuah profesi seseorang. Berkaca pada hasil wawancara setidaknya dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa YouTuber dapat menjadi salah satu alternative profesi yang sangat menjanjikan. Disamping itu, informan juga menganggap youtuber bukan sebuah profesi utama, namun sampingan. Ketiga informan sepakat bahwa untuk mencapai posisi dimana menjadi Youtuber menjadi profesi utama dengan penghasilan yang mencukupi, diperlukan jumlah *subscriber* dan *view* yang besar. Subscriber menjadi salah satu tanda bahwa banyak orang yang tertarik untuk berlangganan dan mengikuti kanal YouTube kita sehingga akan menjadi penonton yang setia dan relative stabil. Sementara besarnya angka view menunjukkan berapa besar orang atau audiens yang menonton video kita, semakin besar jumlah view maka akan meningkatkan pula monetisasi dari video kita. Karena semakin banyak orang yang akan menonton video kita maka secara tidak langsung turut menonton iklan yang disisipkan dalam video yang kita unggah. Selain itu apabila sudah mampu branding diri menjadi seorang Youtuber yang terkenal dan besar, maka akan semakin

banyak pula kesempatan untuk merambah usaha yang lainnya.

Daftar Pustaka

- Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications, Inc.
- Hakim, L. N. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit. *Aspirasi*, 4(2), 165–172.
- Han, B. (2020). How do YouTubers make money? A lesson learned from the most subscribed YouTuber channels. *International Journal of Business Information Systems*, 33(1), 132–143. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2020.104807>
- Mahardika, R. D., & Farida, F. (2019). Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(1), 101. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.774>
- Mutia, T. (2017). Generasi Milenial, Instagram Dan Dramaturgi: Suatu Fenomena Dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Islam. *An-Nida'*, 41(2), 240–251. <http://dx.doi.org/10.24014/an-nida.v41i2.4656>
- Perdani, W. C., Budiana, N., & Indrowaty, S. A. (2019). *Etika Profesi Pendidikan Generasi Milenial 4.0*. Malang: UB Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons. United Kingdom: John Willey & Sons.
- Sudarsono, A. B. (2018). Komodifikasi Pekerja Media Dalam Industri Hiburan Televisi. *Jurnal Oratio Directa*, 1(2), 160–174.
- Supadiyanto, Pande, P. A. W. e, Varianta, V., & Budiarti, T. (2020). *Analysis of the Communication Model of Atta Halilintar on YouTube*. 423(Imc 2019), 459–473. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.036>
- Tüzemen, A. (2020). Should Be Followed? A Comparison Based Delphi-Aphp-Topsis A. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 451–467. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.4430009>
- Ulya, H. (2019). Komodifikasi Pekerja Pada Youtuber Pemula Dan Underrated (Studi Kasus YouTube Indonesia). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 96–105. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.1-12>
- Young, S. J. (2013). Generational Differences and Job Satisfaction in Leisure Services. *Managing Leisure*, 18(2), 152–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13606719.2013.752213>